

Das Trash-Phänomen

Simpel-Spiele

Einfachst-Programme à la Moorhuhn überschwemmen zur Zeit die Regale:
Nur ein kurzer Trend – oder der Anfang vom Ende hochwertiger Spiele?



Auf Video-CD:
Cheattool zu
Moorhuhn 2



Im Heft:
Test und Tipps
zu Moorhuhn 2

Der 20. August 2000 war in den Kalendern deutscher Freizeitjäger rot markiert. Landesweit putzten Bürohengste schon mal ihre Computermäuse, denn just an diesem Tag sollte **Moorhuhn 2** zum Download bereit stehen. Überlastete Server zögerten aber den Ballerspaß tagelang hinaus – viel zu viele **Moorhuhn**-Fans wollten bei der virtuellen Jagd mitmachen. Das Suchtpotenzial des überraschend erfolgreichen ersten Teils scheint auf die Fortsetzung überzuschwappen.

Gestandene Spieler stehen dem Phänomen genauso ratlos gegenüber wie dem unerklärlichen Verkaufserfolg vergleichbarer Machwerke. In den GfK-Charts von Anfang August tummeln sich neben hochkarätigen Titeln wie **Grand Prix 3** oder **Diablo 2**, die viele Millionen Mark Entwicklungskosten verschlungen haben, auch der **Autobahn Raser**, die **Rache der Sumpfhühner** oder **Big Brother – The Game**. Durchschnittswertung der letzten drei Spiele bei GameStar: 27 Prozent! Diese Programme wurden mit minimalem Budget produziert und können ihren millionenschweren Konkurrenten spielerisch nicht im Traum das Wasser reichen – warum sind sie dennoch kommerziell so erfolgreich?

Faktor 1: Der Preis

Der meist günstige Preis der trashigen Simpel-Spielchen trägt sicher zum Erfolg der Pro-



gramme bei. So gehen zum Beispiel der **Autobahn Raser** oder die **Rache der Sumpfhühner** schon für unter 30 Mark über den Ladentisch. Dabei ist der geringe Preis für die Hersteller kein Problem: Der Qualität entsprechend niedrige Herstellungskosten, extrem kurze Entwicklungszeiten von selten mehr als drei Monaten (zum Vergleich: an **Diablo 2** werkelte Blizzard vier Jahre) und die großen verkauften Stückzahlen ermöglichen Kampfpreise. Im Gegensatz zu richtigen Spielen

sind dadurch die Gewinnspannen pro verkaufter Einheit teilweise sogar höher.

Faktor 2: Die Präsentation

Wie bei jedem anderen Produkt auch beeinflusst der Name den Erfolg eines Spiels. Deshalb verlassen sich besonders im Marktsegment der Billig-Programme viele Hersteller auf zugkräftige Lizenzen, um grottige Spiele zu verschleiern. Paradebeispiel hierfür ist **Big Brother – The Game**. Der miserable **Pacman**-Klon schmückt sich mit dem Schriftzug der Container-Soap, lockt aber mit dem Uralt-Spielprinzip niemanden hinter dem WG-Ofen hervor. Fernsehsender recyceln mitunter alte oder geflopte Spiele. So dreht der Hubschrauber aus dem über zwei Jahre alten **Search and Rescue** jetzt als RTLs **Medicopter 117** seine Runden.

Anders als bei den Vollpreis-Titeln versprechen die Namen der Programme meistens genau das, was sie auch bieten. Woher soll ein Spieler wissen, dass hinter dem kryptischen Namen **Arcatera** ein Rollenspiel steckt? Jeder Käufer von **RTL Skispringen** weiß dagegen genau, was ihn erwartet. Viel zu wenig große Hersteller wagen es, ein Spiel mit einem deutschen Namen wie **Die Siedler** oder **Anstoss** zu präsentieren. Dabei ist gerade für die Zielgruppe der Gelegenheitsspieler ein griffiger Titel viel wichtiger als zum Beispiel ein prominentes Entwick-

Moorhuhn Jagd

Mit Screensavern und Desktop-Hintergründen wurde das ursprünglich kostenlose Programm für 30 Mark verkauft – völlig überteuert.

Trash-Faktor: Simpel, aber Kurzzeit-Spaß.
GameStar-Wertung: 29%



Mit fragwürdigen Dreingaben ein Erfolg.

Rache der Sumpfhühner

Über 200.000 Exemplare konnten von diesem Moorhuhn-Abklatsch an den Mann gebracht werden, der mehr spielerischen Wert aufweist.

Trash-Faktor: weniger originelles Plagiat
GameStar-Wertung: 43%



Für den dreisten Klon gibt es sogar ein Addon.

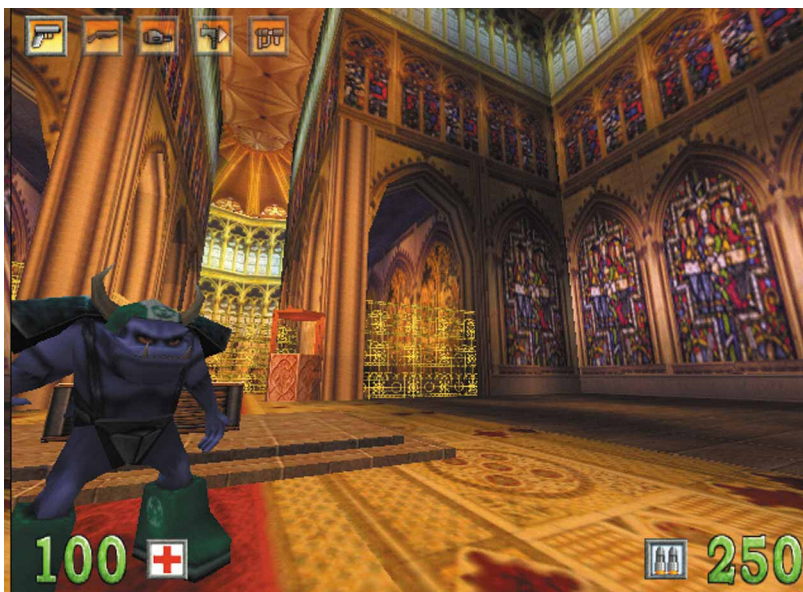
Autobahn Raser 1

Quer durch Deutschland geht die holprige Fahrt. Das Programm ist zwei Jahre nach Erscheinen immer noch in den Charts.

Trash-Faktor: Schlechter als sein Ruf.
GameStar-Wertung: 27%



Das Simpel-Rennspiel führt Sie durch Berlin.



Am **Crazy D-Day** überfallen Außerirdische deutsche Sehenswürdigkeiten, hier den Kölner Dom.

lerteam. Mit »Blizzard« kann ein Hin-und-Wieder-Zocker nichts anfangen, mit dem **Autobahn Raser** dagegen schon.

Faktor 3: Simple Spielprinzip

Gerade Feierabendspieler stören sich nicht an primitivem Spielprinzip und magerer Präsentation. Unbelastet von Erfahrungen mit anderen Spielen oder kritischen Tests geben sie sich mit schlichter Kost zufrieden. Natürlich verschrecken dicke Handbücher und komplizierte Regelwerke potenzielle Käufer. Vor Komplexitäts-Brocken wie **Baldur's Gate** oder **Panzer General** haben ja selbst erfahrene Spieler oft Respekt. Zudem benötigen gute Titel auch aktuelle Rechner, ihre billigen Kollegen sind da wesentlich anspruchsloser. Da erstaunt es nicht, dass gerade Gelegenheitsspieler den einfacheren Weg gehen und sich für ein zugängliches Programm mit einfacher Steuerung entscheiden. Selbst absolute Spiele-Laien wer-

den durch einen Reaktionstest im Stil von **Moorhuhn** oder **Hugo** nicht überfordert.

Kunst und Kommerz

Natürlich kann man den Herstellern der Spiele einfacher Prägung nicht unbedingt Vorwürfe machen. Manche Entwickler finanzieren große Projekte mit dem Programmieren von Billigspielen. Von den **Moorhuhn**-Machern Phenomedia kommt demnächst das Edel-Rollenspiel **Gothic**. Und das deutsche Team FEB sitzt nach dem guten, aber erfolglosen **Killer Loop** jetzt an **RTL Skispringen 2001** und einem Spiel zur Krimiserie **Cobra 11**. Dabei fließt das bei der Arbeit an Vollpreisspielen erworbene Know-How natürlich in die Auftragsproduktionen ein. Die Zusammenarbeit mit dem Fernsehsender zwingt die Entwickler von FEB zwar zur Fließbandarbeit, dafür genießen sie aber finanzielle Sicherheit und brauchen nicht ängstlich auf die Verkaufszahlen zu schielen.

Billige Einstiegsdroge?

Die Simple-Spiele scheinen sich einen eigenen Markt geschaffen zu haben. Das ist auch durchaus in Ordnung, solange die Spiele das bieten, was sie versprechen. Das ist zum Beispiel bei neuesten Fun-Racern von Davilex der Fall, die sich immer mehr in Richtung mäßiger Vollpreis-Spiele entwickeln. Das Phänomen der Massenmarkt-Spiele ist nicht auf Deutschland beschränkt: Während die Amerikaner mit **Deer Hunter** und Co. auf die Pirsch gehen, ballert man sich zum Beispiel in Holland mit **Amsterdooom** durch die Sehenswürdigkeiten des Landes (erscheint bei uns bald als **Crazy D-Day**).

Hoffentlich kommen die großen Hersteller nicht auf den Geschmack: Warum sollte teure Entwicklungszeit in ein **Black & White** fließen, wenn mit einem Spiel wie **Moorhuhn** ein ähnlicher kommerzieller Erfolg möglich ist? Bislang brauchen ernsthafte Spieler aber noch keine Angst zu haben, dass sie bald nur noch primitive Remakes bekommen. Vielleicht finden sogar über die Einstiegsdroge Billigspiel viele Zocker zur anspruchsvollen Computerunterhaltung. **MS**



Mit **Autobahn Raser** – Die Polizei schlägt zurück soll sich die Reihe laut Hersteller Davilex vom Billig-Image der Vorgänger verabschieden.

Deutschland Europameister

So erfolgreich wie die deutsche Nationalelf bei der EM war auch dieses dürftige Fußballspiel, trotz Videos mit Sepp Maier und Protz-Titel.

Trash-Faktor: Billig-Videos, billiges Spiel.

GameStar-Wertung: 9%



Die hässlichen Strichmännchen stolpern zum Tor.

Hugo (alle Teile)

Egal, welches der bisher sieben Hugo-Spiele Sie starten, es erwarten Sie immer die selben simplen Ausweich-Geschicklichkeitstests.

Trash-Faktor: Geistige Unterforderung pur.

GameStar-Wertung: 21%



Stupide Ausweich-Spielchen langweilen zu Tode.

Big Brother – The Game

Die katastrophale Steuerung macht es schwierig, die Clique um Zlatko und Jürgen durch die primitiven Pacman-Labyrinth zu lotsen.

Trash-Faktor: Im TV Kult, am PC Müll.

GameStar-Wertung: 9%



Die Pillensammler müssen im Container bleiben.